

IMPLANTACIÓN DE UN LOCAL QUE BRINDARÁ DISTINTOS PRODUCTOS EN BASE AL YOGURT CON MIEL DE ABEJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Katherine Jazmín Monserrate Gomez¹, Andrea Carolina Núñez Solís², Jennifer Vanessa Zambrano Loo³, Washington Macías⁴.

¹Ingeniera Comercial y Empresarial, 2010, FEN - ESPOL; email: kmonserr@espol.edu.ec.

²Ingeniera Comercial y Empresarial, 2010, FEN - ESPOL; email: acnunez@espol.edu.ec.

³Ingeniera Comercial y Empresarial, 2010, FEN - ESPOL; email: jzambra@espol.edu.ec.

⁴Economista, 2004, FEN - ESPOL; email: wamacias@espol.edu.ec.

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil - Ecuador

Resumen

Este proyecto se enfoca en la creación de una microempresa situada en Urdesa Central de la Ciudad de Guayaquil, en la cual se expenderán múltiples productos basados en la combinación del yogurt natural con miel de abeja. Aquí se puede encontrar los aspectos administrativos, técnicos, plan de marketing y principalmente financieros en los que reflejan la inversión necesaria para la implementación del negocio así como también los ingresos y gastos en los que incurren al momento de producir el producto y comercializarlo. Las necesidades de tener una alimentación saludable, sentirse bien tanto física como biológicamente es una de las prioridades de las personas hoy en día ya que cada vez tienen menos alcance a una dieta balanceada diariamente. Estar fatigado, tener obesidad, problemas gastrointestinales, y múltiples síntomas es lo que nos llevo a elaborar el yogurt con miel de abeja que nos proporciona los nutrientes necesarios para sentirnos y vernos bien. El proyecto requiere una inversión inicial de \$11.159,36, y en el escenario más probable generaría un Valor Actual Neto de \$ 108.975,30 una Tasa Interna de Retorno de 334%, con un periodo de recuperación descontado de 5 años 5 meses, utilizando una tasa de descuento del 16,21%. La sensibilización muestra que la rentabilidad del proyecto sigue siendo superior a la tasa de descuento en varios escenarios alternativos, positivos y negativos."

Palabras claves: yogurt, miel de abeja, nutrientes, complemento alimenticio, fatiga, problemas gastrointestinales, biológico, rentabilidad, sensibilización.

Abstract

This project focuses on creating a small business located in Central Urdesa City of Guayaquil, which will be sold in multiple products based on the combination of natural yogurt with honey. Here you can find the administrative, technical plan, financial and marketing primarily reflecting the investment necessary for the implementation of the business as well as income and expenses incurred at the time of producing the product and commercialization. The needs of a healthy diet,

feel good both physically and biologically one of the priorities people today as more and have less scope to a diet balanced daily. Being tired, having obesity, gastrointestinal, and multiple symptoms is what led us to prepare the yogurt with honey that provides the nutrients needed to feel and look good. The project requires an initial investment of \$ 11,159.36, and the most likely scenario would generate a Net Present Value of \$108.975,30 an Internal Rate of Return of 334%, with a discounted payback period of 5 years 5 months, using a discount rate of 16,21%. Awareness shows that the profitability of the project is still higher than the discount rate in several alternative scenarios, positive and negative. "

Keywords: yogurt, honey, nutrients, food supplements, fatigue, gastrointestinal problems, biologically, profitability, awareness.

I. Introducción

El presente documento plantea la problemática de la alimentación como una oportunidad de negocios en el país.

Específicamente nos enfocamos en una innovadora forma de ofrecer el yogurt como un complemento en la alimentación, combinado con polen de abeja, frutas, entre otros, recalando los beneficios del producto para la salud de las personas.

En las siguientes secciones se presenta un Plan de Negocios para la implementación de un local en el (Urdesa) de la ciudad de Guayaquil donde se ofrezca varias combinaciones de yogurt con miel, como lo son frutas, cereales, helados etc.).

Los mismos que actúan como complemento saludable en la alimentación de los guayaquileños.

En el documento se muestra un análisis profundo del mercado, se describen los aspectos técnicos y administrativos del negocio, se propone un plan de marketing y se proyectan los ingresos y costos en los que se va a incurrir para lograr una rentabilidad aceptable para los inversionistas.

II. Estructura organizacional.

2.1 Misión

Ofrecer a las personas una gama de productos que ayudan a conservar la nutrición y contribuyen con la reducción del riesgo a contraer enfermedades, además de brindar calidad en nuestros servicios

2.2 Visión

Liderar el mercado del yogurt con miel de abeja en Guayaquil creando una imagen de seguridad ante el consumidor en la que se encuentre relacionado directamente con nosotros y que sienta el producto con alto valor nutricional y servicio de calidad.

2.3 Análisis FODA

Fortalezas:

- Pioneros en el mercado que produce yogurt con miel de abeja y polen.
- Se lo puede consumir como suplemento alimenticio.
- Las propiedades nutritivas que brindan estos tres componentes.
- Manejamos un producto que no es similar al de nuestros competidores debido a que no utilizamos ninguna clase de edulcorantes al momento de realizar nuestros productos.

Oportunidades:

- Un amplio mercado de consumidores de productos naturales.
- Potencial crecimiento del consumo del yogurt por sus beneficios.

Debilidades:

- Existen productos sustitutos que se encuentran en el mercado y tienen acogida por los consumidores.

- Producto nuevo en el mercado y dificultad de aceptación.
- No contar con una cartera fija de clientes.
- Actualmente existen pocas industrias que proveen miel de abeja a nivel de los productores artesanales.

Amenazas:

- Aparición de nuevos competidores que ofrezcan productos similares.

2.4 Organigrama

Organigrama inicial.

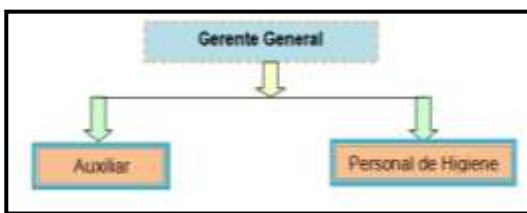


Gráfico 1. Organigrama propuestos por autores.

Organigrama a partir del año 3

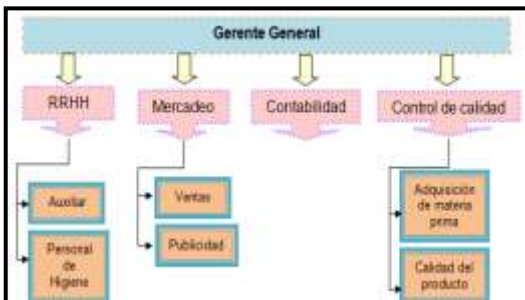


Gráfico 2. Organigrama propuestos por autores.

2.5 Investigación de mercado

2.5.1 Definición de la población

Para definir la población en nuestro estudio debemos hacer ciertas consideraciones, para lo que trabajaremos con los siguientes supuestos:

Consideraremos nuestra población a las personas que les gusta consumir el yogurt o helado como suplemento alimenticio en diferentes zonas de la ciudad de Guayaquil.

Los lugares que se consideraron para la realización de las encuestas fueron: Durán, Centro comercial Sam Marino y el centro de la ciudad de Guayaquil.

2.5.2 Definición de la muestra

Aplicaremos un diseño descriptivo utilizando como instrumento una encuesta con preguntas objetivas que estén relacionadas con la información que queremos obtener para poder encaminar nuestras decisiones.

Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de una población infinita (mayor a 100,000 unidades), por lo tanto:

$$n = \frac{1,67^2 (0,5 \times 0,5)}{0,01} = 69,72$$

$$n \cong 70$$

Entonces se realizarán 70 encuestas para el mercado del yogurt y 70 para el mercado del helado.

2.6 Matriz Boston Consulting Group (BCG)

Haremos el análisis de nuestro proyecto, mediante la matriz de Boston Consulting Group (BCG), la misma que considera la participación relativa del mercado así como el índice de crecimiento del mercado. Se pueden clasificar en cuatro grupos de unidades estratégicas de negocios o servicios.

2.6.1 Posición Inicial

Interrogante: Actualmente nos encontramos en este cuadrante con nuestros 2 productos debido a que somos una empresa que recién está comenzando y nuestra rentabilidad es nula y la inversión es muy alta.



Gráfico 3. Matriz BCG.

2.6.2 Posición en un futuro

Estrella: Dentro de nuestro producto estrella consideraremos al innato yogurt y helado con miel de abeja ya que sus propiedades son las de mayor beneficio para el consumidor y aunque no se añada un ingrediente más, este yogurt tendrá su misma acogida.

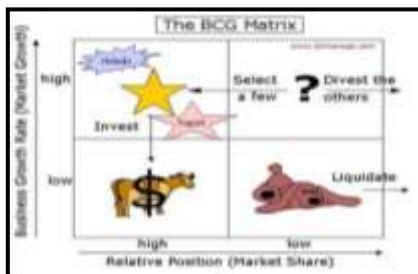


Gráfico 4. Matriz BCG.

2.7 Marketing Mix: 5 P'S

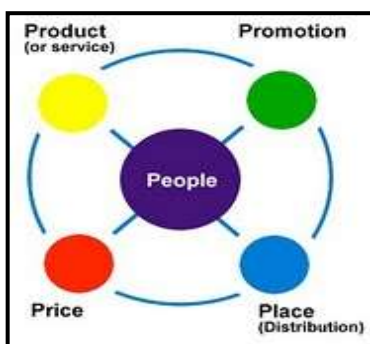


Gráfico 5. Matriz BCG.

Personas

Nuestro producto va dirigido al público en general desde niños hasta adultos.

Producto

El cliente tendrá la libertad de escoger la fruta (cereza, frutilla, mango, uva, naranjilla, manzana, banano, durazno, coco) o aderezo (galletas, bizcotelas, chispas de chocolate, mermelada) con la que quiera combinar su yogurt o helado.

Entre las innovaciones de nuestro producto en un largo plazo podrían estar (dependiendo de las preferencias de los clientes):

- Yogurt con prebióticos es decir un poco más industrializado;
- Yogurt bebible con jugo de naranja, bajo nivel en grasa, balanceada con vitaminas, minerales y

proteínas, este sería la opción más saludable para el desayuno específicamente o personas con agendas apretadas.

- Desarrollar un yogurt bajo en carbohidratos y en grasa, debido a que esta tendencia es la más importante en la actualidad.
- Un yogurt orgánico

Precio

El precio variará en base a la combinación y cantidad que el consumidor desee adquirir.

Plaza

La comercialización se hará en un local comercial ubicado en Urdesa para también poder ver como evoluciona nuestro producto dentro del mercado y como va creciendo su aceptación.

Promoción

Una excelente propaganda fuera del negocio y sus alrededores, tales como: degustaciones, promociones en páginas sociales.

Para días feriados y festivos emperezaremos a regalar una pequeña cantidad de nuestro producto por la compra de cualquiera de nuestras presentaciones en el local comercial.

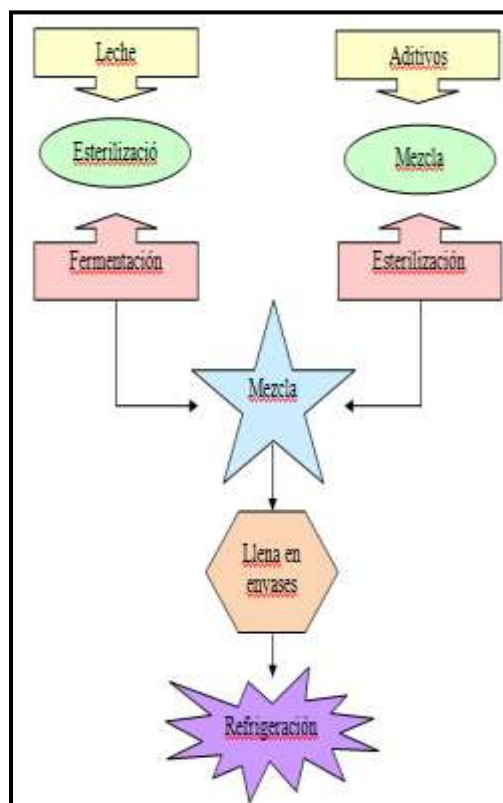


Gráfico 6. Flujo de procesos.

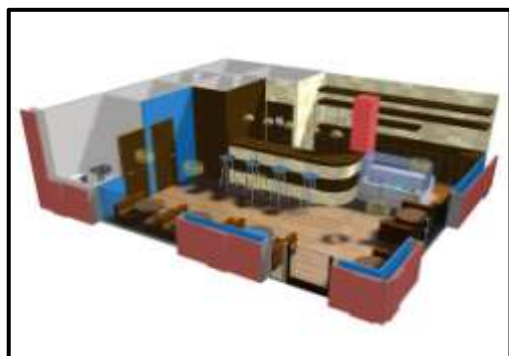


Gráfico 7. Necesidades de activos.

III. Estudio financiero

3.1 Estructura de financiamiento

Para que nuestro proyecto entre en funcionamiento se debe adquirir activos que van a ser necesarios para la producción, se ha decidido en que el porcentaje de apalancamiento va hacer más alto para la deuda, es decir un 80% para adquirir un préstamo y 20% por aportes personales de los socios.

Tabla 1. Financiamiento.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
Porcentaje de Apalancamiento	
0,8	0,2
Préstamo	Capital Propio

Dado este nivel de ponderación, el monto a financiarse por préstamo bancario y capital propio, se establece así:

El préstamo se hará al Banco del Pichincha, a una tasa de 14% anual, en un período de 5 años. Los pagos que se realizarán durante el primer año serán mensuales.

Tabla 2. Pago de la deuda.

CARACTERÍSTICAS DEL PRÉSTAMO	
Tasa	14%
No. Pagos	60
Valor deuda	\$ 11.159,36
Pago primer año	\$ 2.231,87
Pago mensual	185,99

3.2 Capital de trabajo

Para calcular el monto de dinero con el cual se debe de contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto, se aplicó el método del déficit acumulado.

Para ello, se estimaron los ingresos derivados de la venta de yogurt y helados de yogurt en unidades.

Tabla 3. Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos de material	\$ 2.844,38
Gastos administrativos	\$ 1.275,78
Gastos de servicios	\$ 100,00
Total capital de trabajo	\$ 4.220,16

3.3 Tasa de descuento

El valor del costo patrimonial considerada como tasa de descuento la obtuvimos a través del modelo CAPM en la cual consideramos las siguientes variables.

Tabla 4. Tasa de Descuento

Variable	
Tasa libre de riesgo <u>Mkdo. Desarrollado</u>	4,42% ²
Beta Patrimonial con deuda proyecto	0,71
Prima por Riesgo de <u>Mkdo. Desarrollado</u>	4,31% ³
Riesgo País	8,725% ⁴
Costo Patrimonial	16,21%

3.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) correspondiente a nuestro proyecto es de 334%, se puede considerar que es un poco alta pero se debe a que nuestro financiamiento es en mayor parte por la institución financiera que por capital propio de los accionistas.

3.5 Valor Actual Neto (VAN)

Al calcular el Valor Actual Neto de la suma de todos los periodos e inversión, da como resultado el valor de \$108.975,30.

Tabla 5. Valor Actual Neto.

VAN	\$ 108.975,30
TIR	334%
Ke cd	16,21%

3.6 Estados de resultados

Al revisar el estado de pérdidas y ganancias podemos observar que se realizaron los respectivos pagos e impuestos, que el negocio por ley debe realizar, la empresa al finalizar el año uno tiene una utilidad neta de \$2.700,48, equivalente al 4% de los ingresos del año.

3.7 Período de recuperación

Según el método del periodo de recuperación (PayBack) nuestro proyecto podrá recuperar la inversión en un periodo de cinco años cinco meses aproximadamente, tomando en cuenta tasa de retorno exigida 16,21%.

Tabla 6. Payback.

Payback	
Meses	5,45427762
Recuperamos en	5,451331445
5 años 5 meses	

3.8 Análisis de sensibilidad

En el análisis de sensibilidad realizado para los costos se puede observar que a pesar de que hay un incremento del 20% máximo en el que se analizó, no existen valores negativos lo cual quiere decir que este cambio significativo no afectaría a la parte financiera del proyecto.

De la misma manera el análisis con respecto a las cantidades dió como resultado de que si la producción decae se podrá seguir vendiendo con los recursos que se tengan y no afectaría, esto considerando hasta un 20% menos de producción.

3.9 Precio Mínimo.

Considerando todos los costos y gastos en los que se han incurrido para la producción del yogurt con miel de abeja y del helado de yogurt con miel de abeja se llegó a la conclusión de que el precio mínimo de los dos productos sería \$1,55 y \$ 0,75 respectivamente, precios con los cuales se podrá producir y cubrir todos los costos operativos y no operativos y teniendo un margen de ganancia considerable

IV. Conclusiones y Recomendaciones

Según los resultados financieros que obtuvimos del proyecto, la inversión realizada es viable ya que en un corto periodo se empieza a tener la recuperación de lo que se ha invertido.

El proyecto está encaminado a cumplir con todas las reglamentaciones tanto económicas como tributarias al momento de su realización, guiándose por tasas de inflaciones, tasas del riesgo país, impuestos tributarios y demás.

La sensibilidad del proyecto es mínima ya que a pesar de que se simulan incrementos significativos en costos y reducción en las cantidades, los indicadores financieros siguen siendo aceptables, lo que muestra una fortaleza en el proyecto.

Una de las principales recomendaciones es que al momento de invertir en el proyecto se pueda tener un mayor porcentaje de inversión por parte de los inversionistas y así no haya mayor apalancamiento.

Otro factor crítico de éxito es no descuidar la publicidad y el marketing del producto en el que se muestren los extensos beneficios de cada uno de los ingredientes del yogurt con miel de abeja y del helado.

Tener siempre presente las tendencias de mercado y las preferencias de los consumidores, para así poder innovar constantemente.

V. Agradecimientos

Principalmente a Dios que nos dio la sabiduría para progresar en nuestros estudios y la fuerza necesaria para salir adelante por sobre todas las cosas.

VI. Referencias

- [1] Historia del yogurt
<http://www.autosuficiencia.com.ar/shop/detallenot.asp?notid=369>
- [2] Historia de la miel
<http://www.mielcasablanca.cl/noticias/miel.htm>
- [3] Malnutrición
http://www.who.int/child_adolescent_health/topics/prevention_care/child/nutrition/malnutrition/es/
- [4] Malos hábitos Alimenticios
<http://www.midieta.com/article.aspx?id=7912>
- [5] Necesidades de Activos:
<http://www.creditoseconomicos.com/productos>